

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KETIDAKPUASAN KONSUMEN, DAN PERSEPSI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DENGAN VARIABEL *VARIETY SEEKING* SEBAGAI MODERASI

(Studi Pada Perpindahan Merek Lipstick Wardah Mahasiswi S1 di Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman)



Oleh:

DANY REZA FIRDAUS

NIM: C1B012113

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
PURWOKERTO

2017